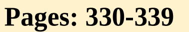
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.7631912 Pages: 330-339





WOMEN IN SUSTAINABLE DEVELOPMENT: SCIENCE AND QUALITY EDUCATION

3RD INTERNATIONAL CONFERENCE



АЁЛЛАРНИНГ ИЖТИМОИЙ ТАРМОҚДАН ФОЙДАЛАНИШ МАЪНАВИЙ-АХЛОҚИЙ ЖИҲАТЛАРИ

Алишер Мадрахимов,
Ижтимоий-маънавий тадқиқотлар институти
кичик илмий ходими,
инстититут мустақил изланувчиси.
e-mail: aliyusufjonovich@gmail.com

Калит сўз: Ижтимоий тармоқ, маънавият, ахлоқ, ахборот, челленж, виртуал дунё, хулқ, “ўзрус” тили**.**

Аннотация: Мамлакатимиз келажаги ва гуллари бўлмиш ёшларимизни айниқса аёл-қизларимизни маънавий-ахлоқий жиҳатдан баркамол бўлиши юртимиз келажаги саналади. Ушбу мақолада аёлларнинг бугунги кунда ижтимоий тармоқлардан фойдаланишда йўл қўяётган айрим маънавий-ахлоқий жиҳатлари санаб ўтилган ва турли статистик маълумотлар келтирилган. Хусусан, тармоқларда кузатилувчи вақтни беҳуда сарфланиши, хулқнинг бузилиши, бегоналар билан мулоқот қилиш натижасида оилаларнинг бузилиши, беҳаё сурат ва видеолавҳаларнинг тарқалиши ва бошқа шу кабилар.

SPIRITUAL AND ETHICAL ASPECTS OF WOMEN USING SOCIAL NETWORKS

Keyword: Social network, spirituality,morality, information, challenge, virtual world, behavior,“ o‘zrus” language.

Abstract: The future of our country is the development of our youth, especially women, who are the future and flower of our country. This article lists some of the moral and ethical aspects of women's use of social networks today and presents various statistics. In particular, the waste of time observed on networks, conduct disorder, family breakdown as a result of communicating with strangers, the distribution of obscene photos and videos, and others.

ДУХОВНО-ЭТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ЖЕНЩИН, ИСПОЛЬЗУЮЩИХ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Ключевое слово:
Социальная сеть, духовность, нравственность, информация, вызов, виртуальный мир, поведение, “ўзрус” язык.

Аннотация: Будущее нашей страны – это развитие нашей молодежи, особенно женщин, которые являются будущим и цветком нашей страны. В этой статье перечислены некоторые морально-этические аспекты использования женщинами социальных сетей сегодня и представлены различные статистические данные. В частности, трата времени, наблюдаемая в сетях, расстройство поведения, распад семей в результате общения с незнакомыми людьми, распространение непристойных фото и видео и другие.
.

Дунё яралибдики, ҳеч қачон бир жойда тўхтаб қолмаган ва муаллақ ҳолатда қотиб қолмаган. У доимий равишда ривожланиш ҳамда ўзгаришларда бўлди. Шундай ўзгаришлар ва ривожланишлар натижаси ўлароқ инсоният йигирманчи асрнинг энг буюк кашфиётларидан бўлмиш интернетни ихтиро қилди. Бу кашфиёт қисқа давр ичида бутун дунёни эгаллади ва телевидение, радио, газета ва журналларни орқада қолдирди. Дунё бўйича сон-саноқсиз одамлар интернет хизматларидан фойдаланадилар, ахборот алмашадилар, турли масалаларни ҳал қиладилар.

Бугун интернетдан фойдаланувчиларни шартли равишда икки тоифага ажратиш мумкин. Биринчи тоифадагилар касби талабидан келиб чиққан ҳолда зарур маълумот ва ахборот олиш мақсадида интернетга мурожаат қилса, иккинчи тоифадагилар шунчаки, танишув сайтларига кириб ёки турли ўйинлар билан кун ўтказиш кайфиятида бўлганлардир.

Интернетнинг ривожланиши ва тараққиёти натижасида “ижтимоий тармоқлар” вужудга келди. Бугунги кунга келиб у сиз ҳаётни тасаввур қилиши мушкулотга айланиб қолди. “Ижтимоий тармоқ” ҳақидаги биринчи илмий жиҳатдан асосланган қарашлар 1954 йилда пайдо бўлган ва унинг мазмуни ҳозирги кундаги маънони ифодаламаган. У ҳақидаги дастлабги тушунча инглиз социологи Жеймс Барнс томонидан берилган бўлиб, “ижтимоий тармоқ” – бу ижтимоий объектлар (одамлар ёки ташкилотлар) ва улар ўртасидаги алоқалар (яъни, ижтимоий муносабатлар) бўлган тугун

гуруҳларидан ташкил топган ижтимоий тузилмадир. Оддий қилиб айтганда, ижтимоий тармоқ – бу бир-бирини таниган кишиларнинг аниқ бир гуруҳи [1].

Ижтимоий тармоқлар глобаллашув жараёнларини жадаллаштириш билан бир қаторда, инсоният ўртасида алоқа алмашишнинг энг муҳим ва ажралмас воситаси бўлиб қолмоқда. Ўзбекистон Республикаси Инновацион ривожланиш агентлигининг маълумотларига кўра айни дамда бутун инсониятнинг 63 % қисми интернетдан фойдаланиши қайд этилган. Қарийб 1 йиллик давр ичида интернет фойдаланувчилари сони 200 миллионга ортган. Интернет фойдаланувчиларининг асосий қисми (92,4 %) мобилъ қурилмалар воситасида интернетдан фойдаланишади. 4,65 миллиард фойдаланувчи ижтимоий тармоқлардан фаол фойдаланишади [2]. statista.com сайтининг маълумотлари ҳам 2022 йил апрель ҳолатига кўра, бутун дунё бўйлаб беш миллиарддан ортиқ интернет фойдаланувчиси борлигини, бу дунё аҳолисининг 63,1 фоизини ташкил қилишини ва уларнинг 4,7 миллиарди ёки дунё аҳолисининг 59 фоизи ижтимоий тармоқ фойдаланувчилари эканлигини таъкидламоқда [3]. Ушбу рақамлар виртуал дунёни инсонлар учун нақадар муҳимлигини яна бир марта исботламоқда.

Тўғри ижтимоий тармоқлар инсониятнинг бир бўлагига айланиб улгурди аммо, баъзилар уни ижобий баҳолашса, баъзилар салбий томонларини гапиради. Бу мавзудаги энг ҳолис ва мақбул қараш шуки, ижтимоий тармоқлар ҳам кундалик ҳаётимизда ишлатиладиган пичоқ каби бир воситадир. Уни яхшиликка ишлатсак – яхши, ёмонликка ишлатсак, ёмон нарсага айланади. Демак, бизнинг энг муҳим вазифамиз – ижтмоий тармоқлардан ёмон мақсадда фойдаланаётган инсонларга, айниқса ёш авлодга, тўғри йўлни кўрсатиш, зарарли оқибатлардан огоҳлантиришдир. Бошқа томондан эса ижтимоий тармоқлар орқали миллий, маънавий-ахлоқий қадриятларимизга зид нарсаларни тарғиб қилаётган шахслар таъсирига тушмаслик йўлларини ўргатишдир. Зеро бу жиҳатлардан келажагимиз

тарбиячилари бўлмиш аёлларимиз хабардор бўлгани нур устига аъло нур бўлар эди. Жумладан, ижтимоий тармоқлар орқали тарқаладиган аксарият салбий контентларнинг иштирокчиси аёл ва қизлардан иборат бўлаётганлиги ачинарли ҳолдир. Ижтимой тармоқлардан фойдаланишнинг маънавий-ахлоқий жиҳатларини қуйида санаб ўтсак:

1. Ижтимоий тармоққа киришдан аввал умрнинг қадрини ёдга олиш. Ижтимоий тармоқлар кундалик интернетдан фойдаланишнинг ажралмас қисмидир. Интернет фойдаланувчилари кунига ўртача 144 дақиқани ижтимоий тармоқлар ва хабар алмашиш иловаларида ўтказишади, бу 2015 йилдан буён ярим соатдан кўпроққа тўғри келади. Ўртача ҳисобда Лотин Америкасидаги интернет фойдаланувчилари ижтимоий тармоқларда кунига ўртача вақт ўтказишнинг энг юқори кўрсаткичига эга [4]. Айтиш мумкинки, юртимизда ҳам бу кўрсаткичлар жуда паст даражада эмас. 2022 йилнинг авгус-сентябрь ойларида Республика Маънавият ва маърифат маркази ҳузуридаги Ижтимоий-маънавий тадқиқотлар институти томонидан жамият ижтимоий маънавий муҳитини баҳолаш юзасидан ҳудудларда сўровнома ташкил этилган бўлиб, унда 4 минг нафардан зиёд аҳолимиз иштирок этди. Тадқиқотда иштирок этган респондентларнинг 58,1% “Аёл” жинсига мансуб бўлиб, қолган респонденталар, яъни 41,9% “Эркак” жинсига мансуб респондентларни ташкил этди.

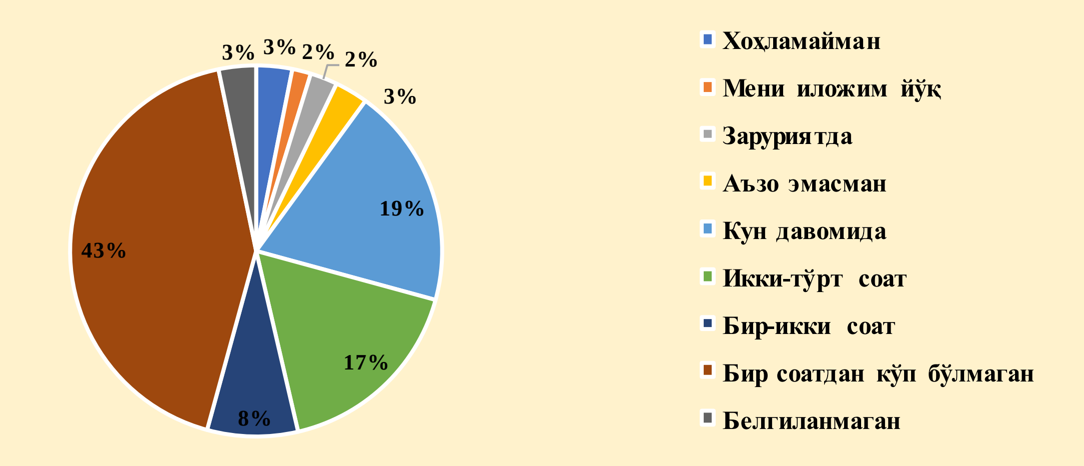
Респондентларга тақдим этилган **“Ижтимоий тармоқларга аъзо бўлсангиз (масалан, telegramm, facebook, odnoklassniki ва б.) ундан фойдаланиш учун кунига қанча вақт сарфлайсиз”** – деган саволга жами респондентлардан **34,0%** “Бир соатдан кўп бўлмаган”, **26,3%** респондентлар “Бир-икки соат”, **15,4%** фуқаролар “Кун давомида” жавоб вариантларини белгилаганлар (1-расм).

Олинган статистик маълумотларга қараганда, ижтимоий тармоқларга аъзолиги бор шахслар асосан шаҳар ҳудудларида кўпчиликни ташкил этиши, **60,0%** ҳолатда респондентлар ижтимоий тармоқларга сарфлайдиган

вақтларини кунига икки соат ва ундан ортиқ ташкил этмаслиги аниқланди. Кунининг асосий қисмини тармоқларда ўтказувчилар улуши **36%** ни ташкил этмоқда. Бу жиддий кўрсаткич.

1-расм

Аҳолини ижтимоий тармоқларга қанча вақтини сарфлаши.



Албатта вақтни қадрига етиш ва ундан унимли фойдаланиш долзарб масала саналади. Бу борада муқаддас ҳадиси шарифда умрнинг қадри ҳақида шундай марҳамат қилинади: “Қиёмат куни беш нарса ҳақида сўралмагунича, Одам боласининг қадами Парвардигори ҳузуридан силжимайди: умрини қандай ўтказгани; ёшлигида қандай ишлар қилгани; бойликни қаердан топиб, қаерга сарфлагани ва билган нарсаларига қай даражада амал қилгани сўралади” (Имом Термизий ривоятлари) [5].

Шундай экан кўча кўйда ва жамоат жойларида кўзимиз тушиб ўрганиб қолган аёлларимизнинг телефон ушлаб беҳуда вақтларини сарфлаётганликларини тушуниш анча мушкулдир.

2. Ижтимоий тармоқлардаги хулқнинг бузилиши. Афсуски, бугунги кунда ижтимоий тармоқларда инсонлар бир-бирини ҳақорат қилиши, тухмат, ҳаттоки бўҳтон қилиши, обрўйига путур етказиши, ғийбат қилиши, ўзининг она юрти ва жамиятида фитна уруғларини сочиши кузатилиб турибди. Энг ёмони – бундай ишларни амалга оширишда аёлларнинг иштирок

этаётганлигидадир. Гоҳида ўзлари нима исташаётганини ҳам англамай қолишмоқда.

Биз кўп ҳолларда кўрамиз ёки эшитамизки, аёлларнинг ижтимоий тармоқлар орқали сўкиниш ҳолатларини. Аёллар нозиклик, иффат, ҳаё белгисидир. Улар учун бир-бирини ҳақорат қилиши, туҳмат, бўҳтон ва ғийбат қилиши ноўрин ҳаракатлардир.

Шунингдек, бутун дунё бўйлаб челленж даражасига айланиб улгурган турли рақслар. Маънавий қашшоқликнинг бир кўриниши сифатида турли хорижий куй ва қўшиқларга рақс тушиб, тармоққа жойланиши ва унга жавоб тариқасида бошқа бир қизнинг худди шундай рақсини кўриш одатий тусга айланмоқда. Ачинарлиси бундай ҳаракатларни миллатга маданият нималигини улашадиган санъаткорларимиз томонидан амалга оширилишидир.

Яна бир жиҳат ҳам борки, бу ҳам бўлса муаллифларнинг сленги, яъни сўзлашув (кўп ҳолатларда ҳақоратли) услуби. Мазкур мулоқот тилини “ўзрус тили” деса бўлади. “Ўзрус” тили – бу ўзбек ва рус тилларининг қоришмасидан иборат воқеликдир [6].

3. Ижтимоий тармоқларда бегоналар билан суҳбат. Бу масала кўпчилик учун оддий ҳолатга айланиб бормоқда. Унинг оқибатлари эса салбий натижалар билан тугамоқда. Ижтимоий тармоқларда бир-бирига нотаниш бўлган шахсларнинг ўзаро ножўя суҳбатлари кўплам оилалар ўртасидаги ажримларга сабаб бўлмоқда. “Оила” илмий-амалий тадқиқот маркази (ҳозирги “Маҳалла ва оила” илмий-тадқиқот институти) томонидан тақдим этилган статистик маълумотларига кўра, 2018 йил апрель-сентябрь ойларида 18.521 нафар ажрашиш арафасида турган оилаларда турмушнинг бузилишига сабаб сифатида қуйидаги омиллар кўрсатилган:

48,4 фоиз – эр-хотин ўртасидаги маиший келишмовчиликлар;

17,4 фоиз – қайнона, қайнота ёки учинчи шахс, умуман бошқаларнинг оила ишига аралашуви;

5,3 фоиз – бепуштлик;

6,3 фоиз – моддий етишмовчиликлар, турмуш ўртоғининг ишсизлиги ва иқтисодий муаммолар;

5,5 фоиз – ичкиликбозлик ва бошқа зарарли одатлар оқибати;

3,5 фоиз – ички ва ташқи миграция;

11,3 фоиз – бошқа турли сабаблар [7].

Бундан қарйиб 5 йил олдинги ажралиш арафасига келиб қолган оилалардаги сабаблар орасида ижтимоий тармоқларни кўрмаслигимиз мумкин. Лекин, ушбу қисақ давр ичида ичтимоий тармоқларнинг оилавий ажримларга сабаба бўлаётганлигини “Ижтимоий фикр” республика жамоатчилик фикрини ўрганиш маркази томонидан жорий йил ўтказилган сўровнома натижаларидан кўришимиз мумкин.

Сўров глобаллашув ва оммавий маданият оила институти барқарорлиги пасайишининг омили эканлигини аниқлаб берди (24,0 фоиз). Оммавий ахборот воситалари ва ижтимоий тармоқлар ёшларнинг дунёқараши, қадриятлари ва қарашларига таъсир кўрсатишини, барқарор оила қуриш қобилиятини пасайтиришини билдирган. Эр билан хотин ўртасидаги можароларга сабаб бўлаётган ижтимоий тармоқлардан фаол фойдаланиш, кўп вақт ва эътиборни олиши ҳамда рашкни қўзғатиши (12,2 фоиз) аниқланган [8].

Ўзаро ахлоқий меъёрларга асосланган ҳолда беғараз мақсадлар билан, зарурат миқдорда бирор маълумот олиш, сўраб ўрганиш мумкин. Ҳали оила қурмаган ёшлар орасида ҳам ижтимоий тармоқларда турли номақбул муносабатлар, ҳаёсизларча суҳбатлар кузатилмоқда. Яна шуни ҳам таъкидлаш жоизки тармоқларда “онлайн муҳаббат” авж олаётганлигидир.

4. Беҳаё сурат ва видеоларни тарқалиши. Тармоқлардаги соҳта эркинлик ва чегарасизлик инсонларга кўнглиги келган ишни қилишга имконият яратиб бермоқда. Бизнинг муқаддас анъана ва одатларимизга кўра

аёлларимиз ўзининг иффати ва ҳаёси ўларок эр кишининг олдига чиқишга ҳам уялган. Тармоқлар ўша мезонни инсонлардан олиб ташламоқда.

Статистик маълумотларга кўра мамлакатимизда айни вақтда “Facebook”да 4,7 млн, “Instagram” да 3,7 млн, “Linkedln”да 288 минг, “Телеграм”да 18 млн, “Odnoklassniki”да 16,7 млн, “Twitter”да 51,6 минг ва “В-контакте”да 2,6 млн фойдаланувчи мавжуд бўлиб, уларнинг кўпчилигини ёшлар ташкил қилмоқда [9]. Ижтимоий тармоқларни кузатар экансиз, ҳали оқ-қорани тўлиқ ажрата олмайдиган айрим ёшларнинг тармоқ орқали бир-бирини ҳақоратлаши, бир-бирига шарм-ҳаёсиз расмлар, видеолавҳалар, беҳаё сўзларни “тортиқ” қилишаётганини кўриш мумкин.

Биргина 2021 йилнинг декабрь ҳолатига кўра миллий домен ҳудудидаги 289 та веб-сайтда порнография, 91 та веб-сайтда эса беҳаёлик ва маънавий бузуқликка тарғиб қилувчи ҳолатлар аниқланган бўлиб, 2 097 та қонун бузилиши ҳолати қайд этилган.

Шунингдек, ижтимоий тармоқларнинг ўзбек сегментида маънавий бузуқликни тарғиб қилувчи 130 га яқин гуруҳ, саҳифа ва каналлар мавжудлиги аниқланган, уларда 2 646 та материал (фото, видео, матнли ва бошқалар) тарқатилган [9].

5. Турли “лайк”бозликнинг авж олиши. Ижтимоий тармоқ орқали фикр билдириш ва бунинг ортидан мақтов (“лайк”)ларни қўлга киритишга уриниш бугунги ёшларини тобора ўз домига тортмоқда. Бунда айниқса қизлар жуда фаол саналади. Унинг салбий томони шундаки, фойдаланувчи бундай мақтов (“лайк”)ларни яна ва яна олишни истайди ва роҳатланади. Бунинг оқибатида улар виртуал дунёга буткул шўнғиб кетадилар ва ташқи дунёдан узиладилар. Ижтимоий тармоқларга боғланиб қолган ёшлар бошқалар билан жонли мулоқотда қийналади, одамови бўлиб қолади, дўстлашишда адашади. Фақат ижтимоий тармоқда топган “дўст”ларининг фикри билан иш кўрадиган бўлиб қолади.

Мутахассисларнинг ўрганишлари натижаларига кўра, ижтимоий тармоқларда бачкана, маъносиз ва беҳаё мазмундаги, ҳақоратли сўзлардан иборат видеолавҳалар ҳамда хабарларнинг кўплиги аниқланган. Бундай мазмундаги контентнинг муаллифлар томонидан қўйилишига сабаб, кўп “лайк” олиш ва мухлислар сонини кўпайтириш ҳам ўзини ўзи кўз-кўз қилишдир [6].

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки, келажагимиз бунёдкорлари бўлмиш ёшлар айниқса ибо ва ҳаёда бутун дунёга ўрнак бўлувчи айёлларимиз турли ғаразли мақсадларни кўзлаб фаолият олиб борувчи кимсаларнинг найрангларига учган ҳолда кўр-кўрона турли ҳаракаларни амалга ошириши ножойиздир. Манфур кимсалар ўзларининг мақсадларини ёшлар онгига сингдириш учун ижтимоий тармоқлардан кенг кўламда фойдаланмоқдалар. Халқнинг ўзлигини емириш ва ўзлигида мосуво қилишда жамиятда маънавий-ахлоқий бузуқликни ёйишдир.

Албатта, ижтимоий тармоқни буткул ёмонга чиқаришга ҳаккимиз йўқ. Унинг фойдали жиҳатларини саналса, анча кулайлик ва имкониятларни кўришимиз мумкин. Фақатгина ундан фойдаланишда маълум меъёр ва мезонларга амал қилишни замоннинг ўзи талаб этмоқда.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

[1].https://www.sutori.com/en/story/poiavlieniie-sotsial-nykh-sietiei--e49R2CgdBTAM8t5gRu92G13Q

[2] https://mininnovation.uz/news/post-745

[3] https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/

[4]https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/

[5] Ривоят санади ҳасан. Термизий, Доримий, Табароний ва Абу Яъло ривояти. http://old.muslim.uz/index.php/maqolalar/item/6965

[6] https://zamon.uz/uz-to/detail/kim-ozarga-yigilayotgan-layklar-jamiyat

[7] https://kun.uz/49102468

[8].https://uza.uz/uz/posts/ozbekistonliklar-21-25-yoshni-oila-qurishga-eng-yaxshi-yosh-deb-hisoblashadi_267440

[9] https://pravacheloveka.uz/uz/news/uz6719